

Titel	Salgspsykologi og grundlæggende salg						
Fagområde (sæt kryds)	Økonomi/ ress.styring	Kommunikation og formidling	IT /Digitalisering	x	Salg og Markedsføring		
Model (sæt kryds hvis muligt)	TOP-UP - specialisten	BYG-UD - generalisten	x	Genvej – Merit/RKV		Bliv-klar	
Erhvervsskole og kontaktperson / kontaktoplysninger	Thomas Bystrup-Kjær - Tietgen thbk@tietgen.dk – Mobil: 22 61 65 76 Bitten Parsberg Overbye – Aarhus Business College biov@abc.dk – Mobil: 25 41 35 46						
Akademi-udbyder og kontaktperson / kontaktoplysninger	Bo Reinholdt Glerup - UCL bogl@ucl.dk – Mobil: 29 74 82 29 Lars Schou – UCL lagr@ucl.dk						
Formål med denne kombination af AMU og AU	At understøtte AMU-målgruppens muligheder for at løfte deres uddannelsesniveau, ved at lade dem gå til eksamen på akademiveau.						
Målgruppe / kundegruppe Beskriv hvem forløbet henvender sig til	Uddannelsen er udviklet til faglærte og ufaglærte personer, der arbejder i små og mellemstore detailvirksomheder, ellers som ønsker en god basisviden om salgpsykologi og grundlæggende salg.						
Ønsket udbytte (fx adgang til AU, eller forkortet AU- modul)	At forkorte AU modul. I nogle tilfælde at gøre AMU-målgruppen klar til at studere på AU niveau.						
AMU-mål og navn på alle anvendte AMU-mål	40003 Salgsteknik for Salgs og servicemedarbejdere 46472 Personligt Salg - Kundens behov og løsninger 40338 Anvendelse af forhandlingsteknik i detailbranchen 40448 Salgsledelse						
Tilrettelæggelse af AMU-forløb Beskriv antal dage, fordeling over antal uger, indhold osv	Uddannelsesplan		Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag
	Ugeplan	1	40003	40003	46472	46472	46472
		2	40338	40338	40448	40448	40448
		3		AU			
		4		AU			
		5	AU			AU	
		6	Opgave			Eksamen	

Prøver i AMU vedlægges	<table border="1" data-bbox="432 228 1423 271"> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>Indhold i de 4 AMU kurser:</p> <p>40003 Salgsteknik for salgs og servicemedarbejdere: Deltageren kan varetage kundekontakten i forbindelse med salg af virksomhedens produkter og services. Deltageren kan varetage den indledende kontakt til kunden på en positiv måde, lytte til kundens behov og forventninger, og gennemføre salg, herunder bruge teknikker til at afslutte salg. Deltageren kan desuden afslutte kontakten på en positiv måde.</p> <p>46472 Personligt Salg - Kundens behov og løsninger Deltageren kan i sit daglige arbejde varetage kundekontakten i en salgssituation. Deltageren kan anvende forskellige salgsteknikker, der benyttes i en struktureret personlig salgssamtale, eksempelvis spørgeteknik, behovsanalyse og argumentationsteknik. Deltageren kan yde efterservice og behandle eventuelle klager i forhold til gældende lovgivning.</p> <p>40338 Anvendelse af forhandlingsteknik i detailbranchen Deltageren kan gennemføre forhandlinger med kunder i salgssituationer eksempelvis med afsæt i virksomhedens idé og profil samt salgs- og servicepolitik med det formål at skabe langvarige kundeforhold og på sigt øget omsætning og indtjening. Deltageren kan planlægge og gennemføre forhandlinger med leverandører i forbindelse med indkøbssituationen med det formål at skabe langvarige leverandørforhold og på sigt øget omsætning og konkurrencedygtige indkøbsbetingelser. Deltageren kan identificere forhandlingssituationen dens faser og kan anvende forhandlingsteknikker i serviceprocesser.</p> <p>40448 Salgsledelse Deltageren kan ud fra sit job som salgsleder opstille relevante resultatmål mellem personlige motiver, afdelingens interesse og virksomhedens interesser. jobfunktionen indgår:- Grundlæggende metoder til at fremme medarbejdernes motivation, aktivitetsniveau og resultatskabelse- Optimering af målopfyldelse på både kort og langt sigt- Nedbrydning af resultatmål til operationelle aktiviteter og handlinger- Sikring af sammenhæng mellem resultatmål og aktivitetsindsats- Vurdering af effekt af forskellige salgsmetoder</p>							
Akademi-modul /uddannelse	<p>Modul: Salgspsykologi og grundlæggende salg (valgfag, 10 ECTS) Uddannelse: Salg og markedsføring</p> <p>Indhold:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personprofil og personlig adfærd • Identifikation af kundemotiver og –mål • Verbal og nonverbal kommunikation - • Kommunikationsværktøjer og modeller • Spørgeteknik og aktiv lytning • Emnegerering • Salgsbrevet 							

	<ul style="list-style-type: none"> • Telefonsalg og mødebooking • Præsentationsteknik • Indvendingsbehandling • Værdibaseret salg • Personlig planlægning og udvikling • Stresshåndtering • After sales
<p>Tilrettelæggelse af AU-modulet:</p> <p>Ved afkortet forløb beskrives antal dage, indhold – samt hvilke områder i studieordningen, der undervises i.</p> <p>Tilpasset lektionsplan vedlægges. Studieordning med markeringer vedlægges</p>	<p>Akademi modulet afkortes fra 8 undervisningsdage til 4.</p> <p>Detaljeret lektionsplan vedlagt</p>
<p>RKV / Merit:</p> <p>Kræver forløbet anvendelse af RKV eller merit?</p> <p>Hvis ja, så beskriv hvordan</p>	<p>Hvis du ønsker at starte på akademimodulet Salgspsykologi og grundlæggende salg, hvor du ikke opfylder de ordinære adgangsbetingelser, kan du via en realkompetencevurdering blive sidestillet med ansøgere der opfylder adgangsbetingelserne og herved få adgang til uddannelsen.</p> <p>Vi vurderer om din viden, færdigheder og kompetencer modsvarer de ordinære krav, der stilles til adgang på dette modul.</p>
<p>Salgstekst til markedsføring af det samlede forløb</p> <p>(til brug på hjemmesider, tryksager mm)</p>	<p>Er det ved at være et par år siden du sidst sag på skolebænken, men nu vil du i gang igen? Bliv godt rustet til at læse på akademiniveau, og bliv klædt godt på til første eksamen på akademiuddannelsen Salg og markedsføring.</p> <p>Trænger du og dine medarbejdere til at få genopfrisket eller få styr på den grundlæggende salgpsykologi? Vores nye 10 dages forløb "Salgspsykologi og grundlæggende salg" klæder dig godt på til sælger. Skulle du efterfølgende få mod på at dykke længere ned i stoffet, får du samtidig muligheden for at gå til eksamen på akademiniveau.</p>

Lektionsplan

Uddannelse og hold	Akademiuddannelsen: Salgspsykologi og grundlæggende salg
Dato samt navn på underviser der har udfyldt indholds- og strukturoversigten	
Semester	
Titel på fag / projekt	Salgspsykologi og grundlæggende salg
Omfang i ECTS	10
Hvad skal den studerende have lært ved fags- / projektsafslutning?	Formålet med faget er at give den studerende en forståelse af grundlæggende salgspsykologi og kompetence til at agere i forhold til forskellig kundeadfærd, tilpasse egen adfærd og kommunikation til forskellige kundetyper for derved opnå bedre kommunikation og service og dermed et bedre salg. Deltagelse i faget vil give den studerende forståelse for vigtigheden af planlægning, og færdigheder i at anvende konkrete værktøjer til at planlægge og prioritere sin tid effektivt og forebygge negativ stress i arbejdet.
Indhold ③	<ul style="list-style-type: none"> • Forstå din og din kundes personprofil og personlige adfærd • Identifikation af kundemotiver og –mål • Verbal og nonverbal kommunikation • Kommunikationsværktøjer og modeller • Spørgeteknik og aktiv lytning • Kommunikation i telefonen • Præsentationsteknik • Indvendingsbehandling • Værdibaseret salg • Personlig planlægning og udvikling • Stresshåndtering

Metode ④	<p>Teoretisk metode: DISC personprofiler Salgshjulet – Åbning, behovsafdækning, præsentation, afslutning (Repetition og ekstra fokus på Indvendingsbehandlingen) 5 x 20 reglen BALA – Behov, Accept, Løsning, Accept EFU - Egenskaber - fordele - udbytte LAER – Lyt, Anerkend, Efterforsk, Reager</p> <p>Kommunikation Den treleddede kommunikationsmodel Pentagrammodellen – Sælger, Budskab, Sprog, Kunder, Kropssprog Transaktionsanalyse Assertiv adfærd Stress</p>
Pensum / litteratur ⑤	Salg og Salgspsykologi : Mette Hall og Mette Rigsgaard Olsen, Hans Reitzels Forlag 2018
Rekvisitter og udstyr	Projekter, plancher, Post It, Videokamera, telefon
Prøveform / bedømmelse	Mundtlig, 7-trins skala
Øvrige overordnede informationer ⑥	Vejledning om eksamen og projekt finder sted løbende i forløbet. Dag 1 gennemgås alle formalia ifm. eksamen, og der udleveres en detaljeret beskrivelse af hvordan projektet skal opbygges, samt hvordan den mundtlige eksamen foregår, jvf. studieordningen.

UGE	EMNE ⑦	INDHOLD ⑧ Uddyb det forventede indhold af ugens undervisning i nogle få sætninger	Mål og niveau-dybde	Litteratur ⑨	Initialer underviser
Dag 1	DISC-personlighedsanalyse	<p>Personlighed, DISC personlighedsanalyse - hvordan bruges viden om sig selv og viden om kundens profil til at sikre god kommunikation med kunden. Det gode salg!</p>	<p>Viden om personlige egenskaber, der er vigtige i salgsarbejdet.</p> <p>Viden om hvordan personlighed kan påvirke kunden.</p> <p>Viden om egne styrker og svagheder i salgssammenhæng ud fra personprofilanalyse.</p> <p>Færdigheder i at skabe tillid hos kunden ved bevidst tilpasning af salgssindsats og kommunikation overfor forskellige kundetyper.</p> <p>Kompetencer til at kunne identificere forskellige kundetyper og forstå vigtigheden af at kunne tilpasse egen indsats i forhold til disse for derved at opnå bedre salgsresultater.</p> <p>Kompetencer i at samarbejde med alle kundetyper og udvise fleksibilitet.</p>	<p>DISC-analyse</p> <p>Salg og Salgpsykologi kapitel 5</p>	
Dag 2	Kommunikation	<p>Transaktionsanalyse og Assertiv adfærd. Bruges til at forstå egen kommunikation, samt kommunikationen med kunden. Begge teorier er gode til at analysere kommunikationsproblemer med, så den enkelte lærer at kommunikere bedre med kunden, også i konfliktsituationer.</p> <p>Aktiv lytning. Bruges til at få kunden til at føle sig hørt og til at skabe den "gode" kommunikation, hvor kunden opbygger tillid.</p> <p>Kommunikationstragten. Bruges til at lære at styre samtalen derhen, hvor sælger gerne vil have den.</p> <p>(Øvelser med videooptagelser)</p>	<p>Viden om centrale metoder og modeller inden for salgskommunikation.</p> <p>Viden om hvordan kommunikationsform kan påvirke kunderne.</p> <p>Viden om hvordan centrale teorier om kommunikation er væsentlige omdrejningspunkter i salgsarbejdet.</p> <p>Færdigheder i at skabe tillid hos kunden vha. kommunikation.</p> <p>Kompetencer i at håndtere kundens ønsker ved hjælp af lytte og spørgeteknik.</p> <p>Kompetencer i at håndtere konfliktsituationer og reklamationer.</p>	<p>Salg og salgpsykologi kapitel 4</p> <p>PowerPoints</p>	
Dag 3	Kommuni-	3 ledet kommunikation samt	Viden om centrale metoder og modeller inden for	Salg og	

	kation	<p>pentagrammodellen. Bruges til at optimere kommunikationen mellem kunde og sælger både I en til en kommunikation og kommunikation til større forsamlinger.</p> <p>Habermas. Bruges til at finde ud af hvilket rum man kommunikerer I, og hvad der er tilladt I de forskellige kommunikationsrum.</p> <p>Meta-kommunikation.</p> <p>Nonverbal kommunikation</p> <p>Øvelser med videooptagelser</p>	<p>salgskommunikation.</p> <p>Viden om hvordan kommunikationsform kan påvirke kunderne.</p> <p>Viden om hvordan centrale teorier om kommunikation er væsentlige omdrejningspunkter i salgsarbejdet.</p> <p>Færdigheder i at skabe tillid hos kunden vha. kommunikation.</p> <p>Kompetencer i at håndtere kundens ønsker ved hjælp af lytte og spørgeteknik.</p> <p>Kompetencer i at håndtere konfliktsituationer og reklamationer.</p>	<p>salgspsykologi kapitel 6</p> <p>PowerPoints</p>	
Dag 4a	Stress Salgsad- færd	<p>4 faser I stress</p> <p>4 hormoner, der udskilles ved stress</p> <p>Positiv stress / negativ stress</p> <p>Gode vaner til at forebygge stress Salgs- og kommunikationsøvelser</p> <p>Øvelser med videooptagelser</p>	<p>Færdigheder til at skabe Kontakt og booke salgsmøder.</p> <p>Viden om Positiv og negative stress.</p> <p>Færdigheder i at anvende teknikker til planlægning og strukturering af egen tid.</p> <p>Kompetencer til at udvikle en personlig udviklingsplan</p> <p>Kompetencer til at håndtere negativt stress ved hjælp af planlægning og struktur.</p> <p>Kompetencer til at håndtere valg af kundeemner og bedømme potentialiet i disse.</p>	<p>PowerPoints</p>	
Dag 4b	Salgscirklen Salgshjulet – Åbning, behovsaf- ækning, præsenta- tion, afslutning (Repetition af hele	<p>Nonverbal kommunikation (kropssprog)</p> <p>5 x 20 reglen (minimal fokus, men indgår som helhed)</p> <p>BALA – Behov, Accept, Løsning, Accept (minimal fokus, men indgår som helhed)</p> <p>EFU - Egenskaber - fordele – udbytte (minimal fokus, men indgår som helhed)</p> <p>LAER – Lyt, Anerkend, Efterforsk,</p>	<p>Viden om central jura i salget</p> <p>Udviklingsbaseret viden om centrale metoder og modeller inden for salg.</p> <p>Færdigheder i at arbejde kundeorienteret og anvende centrale metoder fra salgspsykologien – herunder vurdere kropssprog og forstå købemotiver.</p> <p>Færdigheder i at læse, forstå og vurdere praksisnære problemstillinger i forhold til kundens forventninger og adfærd.</p> <p>Færdigheder i at skabe tillid hos kunden.</p>	<p>Salg og salgspsykologi kap. 10, 11, 12 og 13 + 3</p> <p>PowerPoints</p>	

forløbet)	Reager (større fokus) Luk aftalen (minimal fokus, men indgår som helhed) Øvelser med videooptagelser Konflikt håndtering	Færdigheder i at kunne opstille relevante mål for et salgsbesøg og følge op på disse. Færdigheder i at anvende centrale værktøjer og metoder til at frembringe relevant viden om kunder og konkurrenter. Kompetencer til at håndtere kundeindvendinger på en differentieret måde i relation til den enkelte. Kompetencer i at håndtere konfliktsituationer.		
Aflevering af eksamensopgave	8 sider á max 8 x 2400 anslag inkl. mellemrum			Salg og Salgspsykologi
Eksamen	30 min. 7 min. til fremlægning, 16 min. til eksamination, 7 min. til vurdering og tilbagemelding	Alle mål!		Salg og salgpsykologi underviser + censor

Timer

